

# Community Management 2 - Animer sa communauté sur les réseaux sociaux

## Apprenez à animer votre communauté sur les réseaux sociaux

À l'heure de la digitalisation, les entreprises ont tout intérêt à faire des réseaux sociaux leurs alliés.

Le rôle et les usages des réseaux sociaux ont connu un essor remarquable dans le cadre professionnel. Les métiers se sont structurés et, au-delà de la gestion d'une communauté de clients ou de prospects, ils englobent désormais des fonctions de promotion, publicité, e-réputation, relation-client...

Dans cette formation, vous apprendrez à animer vos réseaux pour développer votre audience, ainsi qu'à organiser des communautés autour de votre marque et à contrôler l'image que vous souhaitez diffuser.

## Objectif

À l'issue de la formation Community Management 2 - Animer sa communauté sur les réseaux sociaux, diverses compétences vous seront transmises, notamment :

- Concevoir et déployer une stratégie de présence et d'influence sur les réseaux sociaux
- Animer et fédérer une communauté, veiller au respect des codes de bonne conduite et gérer les situations de crise
- Maîtriser les pratiques éditoriales adaptées aux réseaux sociaux
- Exploiter les possibilités des formats multimédia

## Les pré-requis

Maîtriser l'environnement de Windows et la micro-informatique est nécessaire pour suivre cette formation, de même qu'être à l'aise avec Internet facilitera l'apprentissage.

## Public concerné

Toute personne étant amenée à effectuer des tâches liées au Community Management dans la cadre de son activité.

## Validation

Une attestation de fin de stage est délivrée.

Une évaluation pratique & théorique sera réalisée en fin de parcours.

## Les points forts

Formation réalisable à distance, en présentiel ou un mix des deux.

Formation sur mesure et adaptée.

Devenez autonomes !

## Accessibilité

Pour les personnes en situation de handicap,

Vous pouvez consulter cette page pour vous orienter au mieux.

## Délai d'accès

Il est variable en fonction de votre statut et du financement de la formation.

Pour en savoir plus, contactez-nous

## Contenu de la formation

### L'environnement du Web (de 2h à 4h)

- Internet, le Web et son fonctionnement
- Distinguer les principaux navigateurs : Google Chrome, Mozilla Firefox, Opera, Safari, Internet Explorer
- L'importance du référencement
- Connaître les principaux : Google, Yahoo, Bing
- Les sites vitrines / sites de ventes en ligne

- La mutation des modes de communication
- Les évolutions du Web 1.0 au Web collaboratif

### Panorama et état des lieux des réseaux sociaux (de 2h à 4h)

- Les différents réseaux sociaux
- Savoir faire la distinction entre les réseaux professionnels et les autres types de réseaux sociaux
- Spécificités et tendances de chaque réseau social
- Identifier les utilisateurs et leurs motivations/usages
- Les bénéfices, les finalités et les applications métiers
- Choisir les réseaux sociaux à intégrer à sa stratégie de présence

### Rappels pour élaborer sa stratégie Social Media (de 3h à 5h)

- Identifier les impacts de l'e-réputation sur la marque
- Passer de l'e-réputation au e-lobbying
- Appréhender une méthodologie pour définir sa stratégie
- Identifier ses cibles et ses usages : la notion de Buyer Personas
- Identifier ses leviers : une stratégie de sélection
- Adapter son organisation et ses métiers

### Constituer sa communauté VS utiliser les communautés existantes (de 2h à 4h)

- Bonnes et mauvaises pratiques : règles à respecter pour construire sa propre e-communauté
- Pérenniser sa communauté
- Identifier les grands carrefours communautaires
- Optimiser ses investissements on-line grâce aux communautés

### Gestion de la communauté (de 3h à 5h)

- Mettre en place une stratégie de communication multicanale
- Passer de la communication à la conversation
- Prendre en compte l'évolution de l'expérience client
- Savoir s'engager et répondre au nom de l'entreprise
- Savoir modérer
- Engager la conversation et répondre
- Anticiper et surprendre
- Évoluer vers des plateformes de contenus

## Le Content Management : créer et optimiser ses contenus (de 4h à 6h)

- Les outils du Community Manager : créer des contenus et des visuels, améliorer son organisation et sa production
- Maîtriser le fond et la forme
- Diffuser des contenus exclusifs et adaptés
- Connaître les usages pour améliorer la visibilité de ses publications
- Savoir gérer l'impact des algorithmes avec le
- Social Advertising
- Optimiser sa page Facebook avec des applications tierces
- Monétiser son offre avec le Social Commerce
- Valoriser et fidéliser ses ambassadeurs : dépasser le cadre des réseaux sociaux

## La gestion des situations de crise (de 3h à 5h)

- Présentation des différentes typologies de crise
- Canaliser et gérer l'amplification d'une crise par Internet
- Adopter une stratégie de communication adaptée à la situation
- Préparer et former son organisation à la gestion de crise
- Être capable de gérer les critiques

## Evaluer la performance des actions menées

### (de 3h à 5h)

- Distinction entre Return on Investment (ROI) et Return on Attention (ROA)
- Les indicateurs quantitatifs et qualitatifs (KPI)
- Les outils d'analyse de statistiques pour Facebook, Instagram et Twitter
- Objectifs et périmètres de veille
- Les outils d'observation gratuits
- Les solutions professionnelles de veille et de mesure d'engagement